

今、ワーカーが望むもの

🕒 所要時間 3分



こういう時代にあって、ワーカーのニーズも明確になってきた。今までのようにどれも個性のない画一化されたオフィスレイアウトは、創造性やアイデアの活性化とは程遠い。実際、Steelcaseの最近のオフィスワーカーに関する世界的意識調査では、77%のワーカーは自席を持ちながらもその87%は毎日2〜4時間は自席以外の場所で働いていることが分かった。そこでこんな疑問が浮かぶ。何故自席から離れて働いているのか？ どういうスペースを探しているのか？ ワーカーが真に望む職場環境とはソファやコーヒャーを設置するようなことで果たして済むことなのか？

調査でも判明し、多くのワーカーが訴えること、それは「場」の退屈さである。半数以上の人（51%）は、作業が1人であろうと他者と一緒であろうと、同じ場所で働き続けることから逃れたいという欲求を持っているということだ。また、彼らは同僚との緊密な連携を求めており、43%はインフォーマルでカジュアルなスペースが信頼関係を築くの役に立つと答えている。

ワーカーがオフィスで 欲しているもの

ソーシャルな交流を促す
魅力的な「場」:

41%

同僚と素早く、
インフォーマルにつながる

28%

コラボレーションベースのチーム作業

プライバシー

24%

静かに集中できる
インフォーマルなスペースを利用

快適さ

身体面と情緒面の両方:

37%

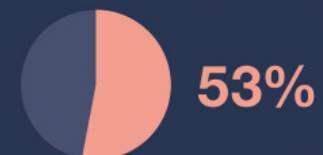
より充実した人間工学的サポート

47%

感性を刺激し、
より快適で人を魅了する
ワークスペース

願望 VS 現実

ワーカーは会社が今日提供する補完的なスペースに満足していない：ワーカーが真にうんざりしていること：

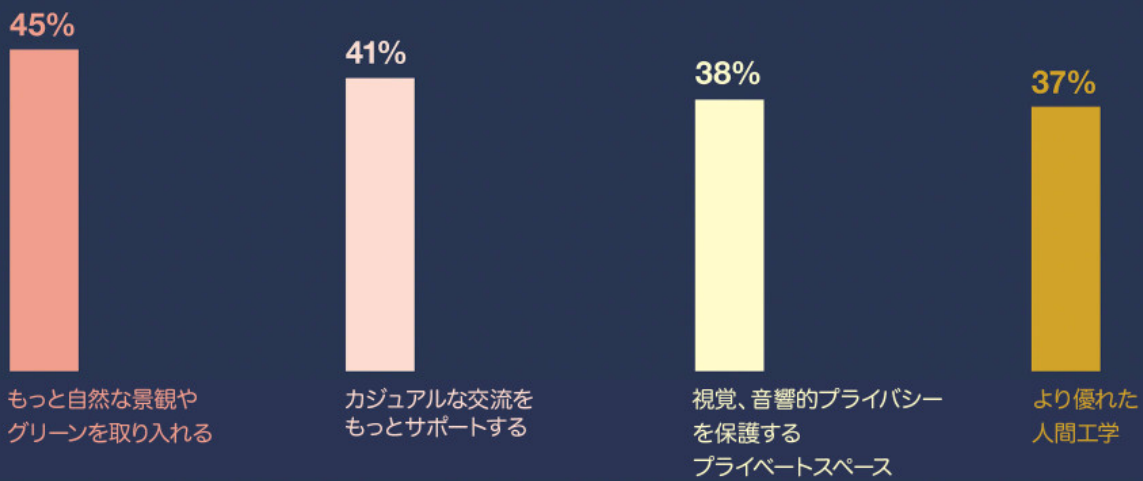


実際に必要とする
スペースがない



インフォーマルなスペース
が十分でない

インフォーマルなスペース をどう上手く創るか



世代間の違い

世代に限らず、誰もが働く「場」にもっとインフォーマルでカジュアルなスペースを望んでいる。そして、その理由もさまざまである。世代別の傾向としては、ミレニウム世代は、食事をするダイニングやコーヒーマーで集中しながら仕事をし、年齢が高くなるにつれ、コラボレーションや交流のためのスペースを利用することが多くなる。

ラウンジスペースは、ミレニウム世代にとっては他者から逃れ、プライバシーを持ちながら集中できる「場」であるのに対して、年配の世代は他者と交流する「場」として使用されることが多い。また、ミレニウム世代はより広範囲にわたる様々な種類のインフォーマルスペースを利用し、家具の調整も頻繁で慣れている。一方、年配の世代は自分のお気に入りスポットを使用し、家具の調整もあまりしない。

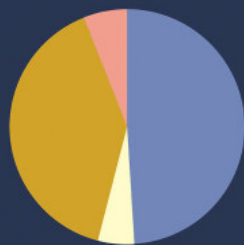


企業カルチャーのシフト

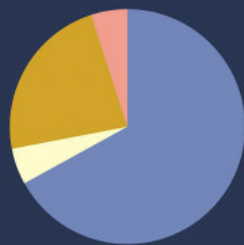
中国やインドでは、他の国に比べて、自席で仕事をする時間ははるかに少ない。そして、組織がより進歩的な企業も多く、従業員に対してもより多くのインフォーマルなスペースを提供している。

また、個人用のデスクが占める割合も低く、その代わりにグループ用や共有スペースの割合が最も高い。このことが職場でのモバイル化を加速させ、自席以外のスペースを探して仕事をする確率を高くしている。一方、アメリカとドイツの企業はより保守的で、未だに個人用のデスクを提供している企業は多い。対照的に、インドと中国の企業はより進歩的で、より多くのグループスペースを設置している。

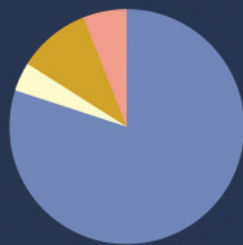
国別
主要デスク用途



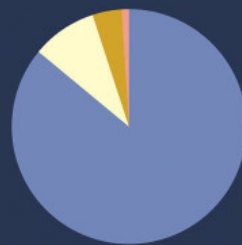
中国



インド



ドイツ



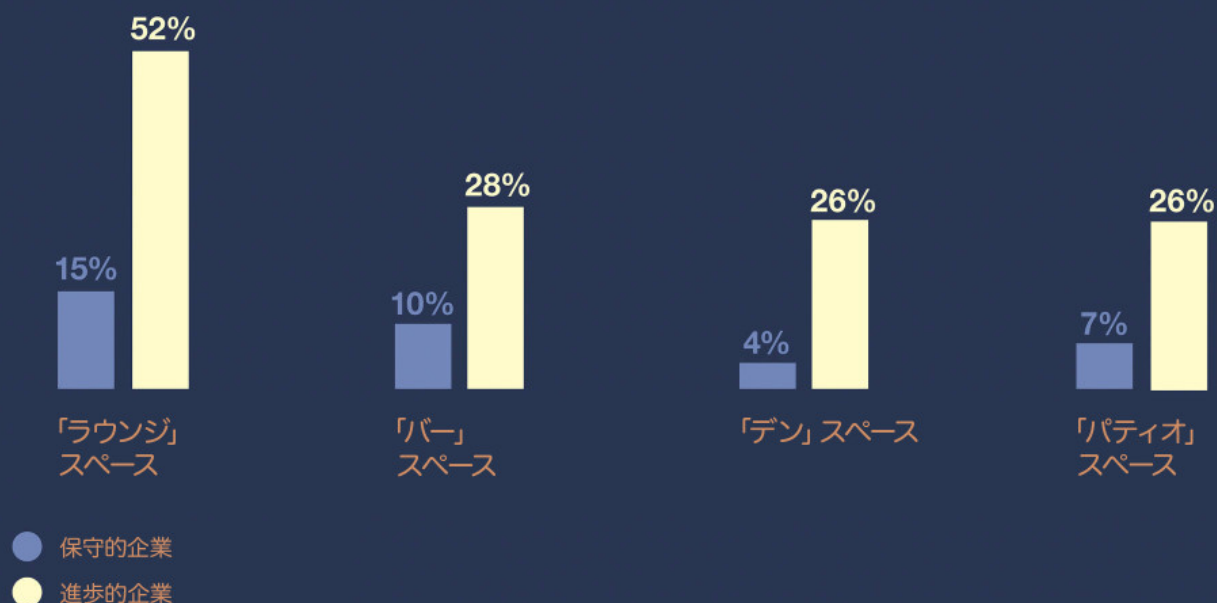
アメリカ



多ければ多いほど良い

この事実は正しい。オフィスによりカジュアルで魅力的スペースを提供している企業は、そうでない企業よりもはるかに進歩的であることは明らかである。

インフォーマルスペースの設置 保守的 vs 進歩的企業



オフィスニーズの体系

人間は生きていくために、食糧、水、安全というような基本的欲求を持っている。これは職場において、ワーカーが異なる欲求を持っているのと似ている。調査によると、多くの企業は、ITを完備し、インフォーマルなスペースで仕事をするよう奨励している。しかし、そこには欠けているものがある。それは身体的、認知적および情緒的側面からワーカーのウェルビーイングをサポートし、働きたいと思える「場」の創造である。

オフィスニーズの体系

人間は生きていくために、食糧、水、安全
というような基本的欲求を持っている。
これは職場において、ワーカーが異なる
欲求を持っているのと似ている。

